

2024年5月8日



2024年3月期 決算説明資料

(2023年4月～2024年3月)

komatsumateRe

小松マテーレ株式会社

1) 2024年3月期 決算の概要

2) 2025年3月期 業績見通し

3) 中計KFW2026概要

2024年3月期 決算概要



(単位：百万円)

項 目	2023年3月期 実績	2024年3月期 実績	増 減	
			金 額	増減率 (%)
売上高	35,438	36,670	1,232	3.5
営業利益	1,605	1,856	251	15.6
経常利益	1,683	2,643	959	57.0
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,118	1,843	724	64.8

一株当たり純資産	893.80円	943.89円
一株当たり当期純利益	27.86円	46.03円

期中平均為替 レート	USD	135.50円	144.59円
	EUR	140.99円	156.75円

連結業績のセグメント別内訳

(単位：百万円)

セグメント	売上高				営業利益			
	前期実績	2024年 3月期 実績	増減		前期実績	2024年 3月期 実績	増減	
			金額	率 (%)			金額	率 (%)
繊維事業計	34,974	36,147	1,173	3.4	1,565	1,775	210	13.4
衣料ファブリック	25,644	26,479	835	3.3	1,682	1,750	68	4.0
資材ファブリック	7,887	8,290	404	5.1				
製品部門	1,443	1,378	△65	△4.5	△117	25	142	—
その他の事業	463	522	58	12.7	40	81	41	102.5
合計	35,438	36,670	1,232	3.5	1,605	1,856	251	15.6

<コメント>

●衣料ファブリック

中東民族衣装や北米スポーツウェアが海外向けを牽引し、国内向けファッションが増加するも、北米カジュアルウェア、欧州スポーツウェアの減少により全体として堅調に推移。

●資材ファブリック

車輻分野や医療・福祉分野、建材の伸びにより、全体として増加。

●製品部門

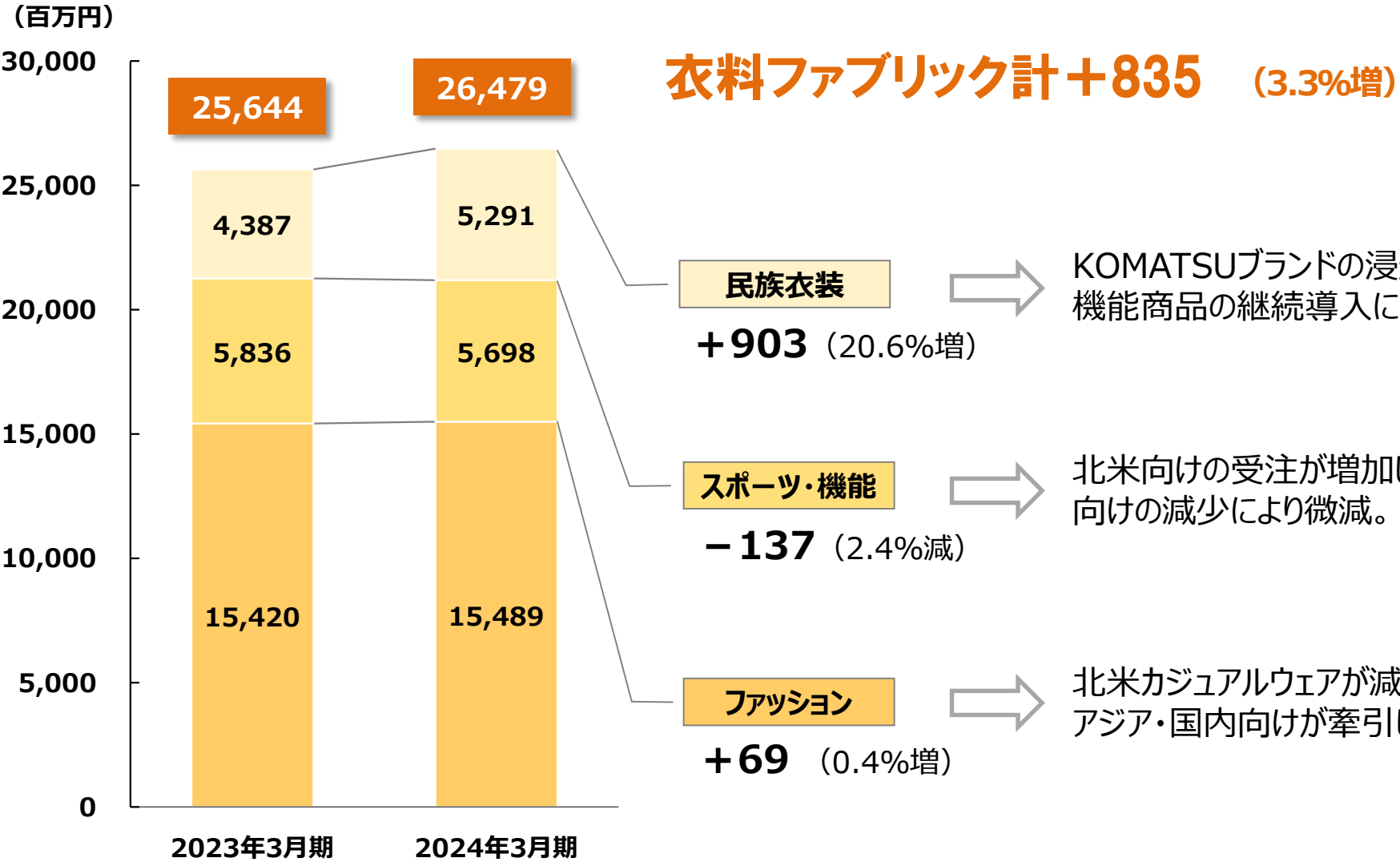
自社製品ブランドの市場への浸透を図るも、ユニフォームを中心とした商品事業が減収。

●その他事業

物流事業における外部需要の取り込みによる事業拡大により増加。

(単位：百万円)

繊維事業（衣料ファブリック部門）



KOMATSUブランドの浸透が進むとともに、機能商品の継続導入により大幅増加。

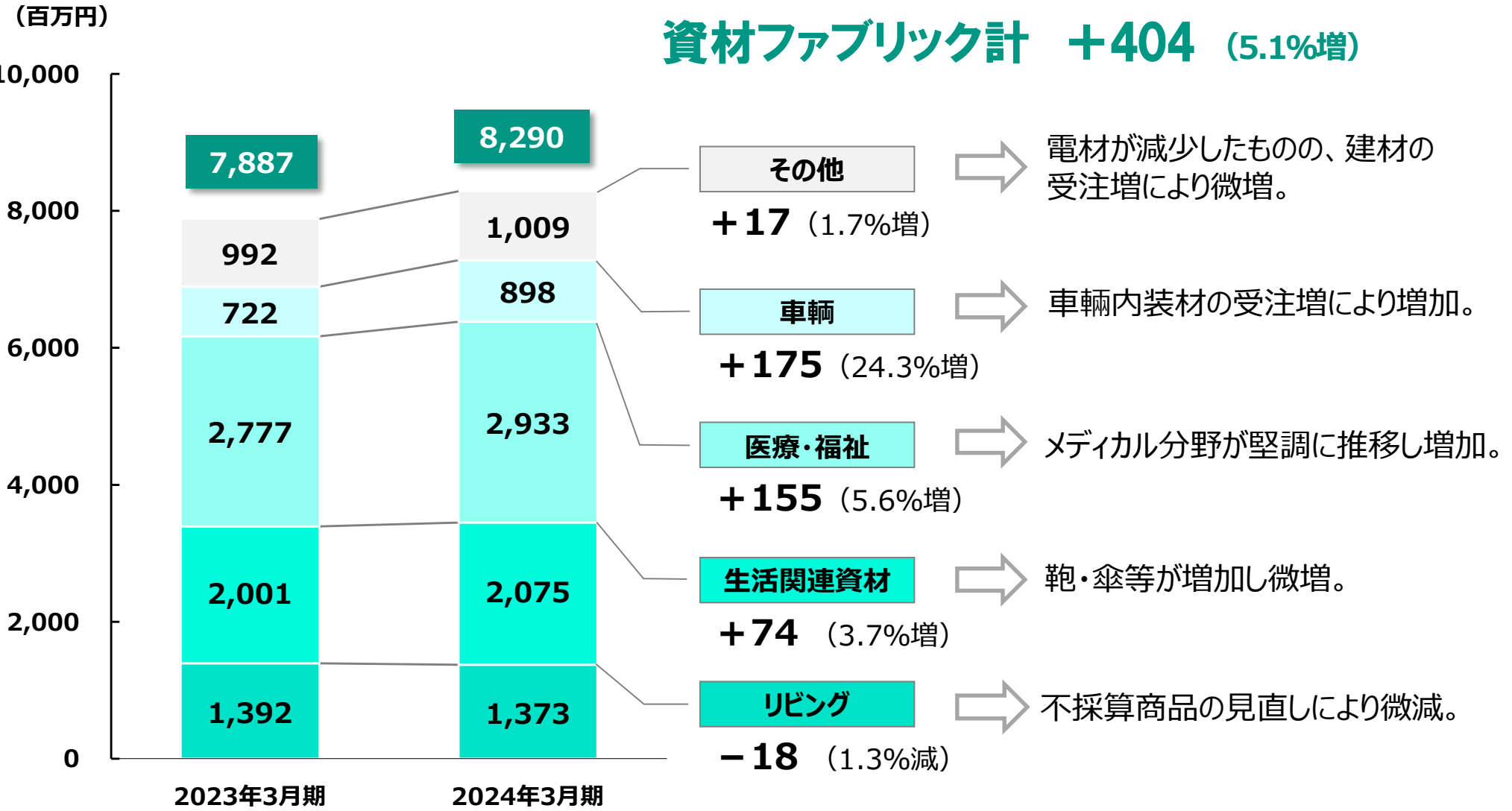
北米向けの受注が増加したものの欧州向けの減少により微減。

北米カジュアルウェアが減少したものの、アジア・国内向けが牽引し微増。

(単位：百万円)

繊維事業（資材ファブリック部門）

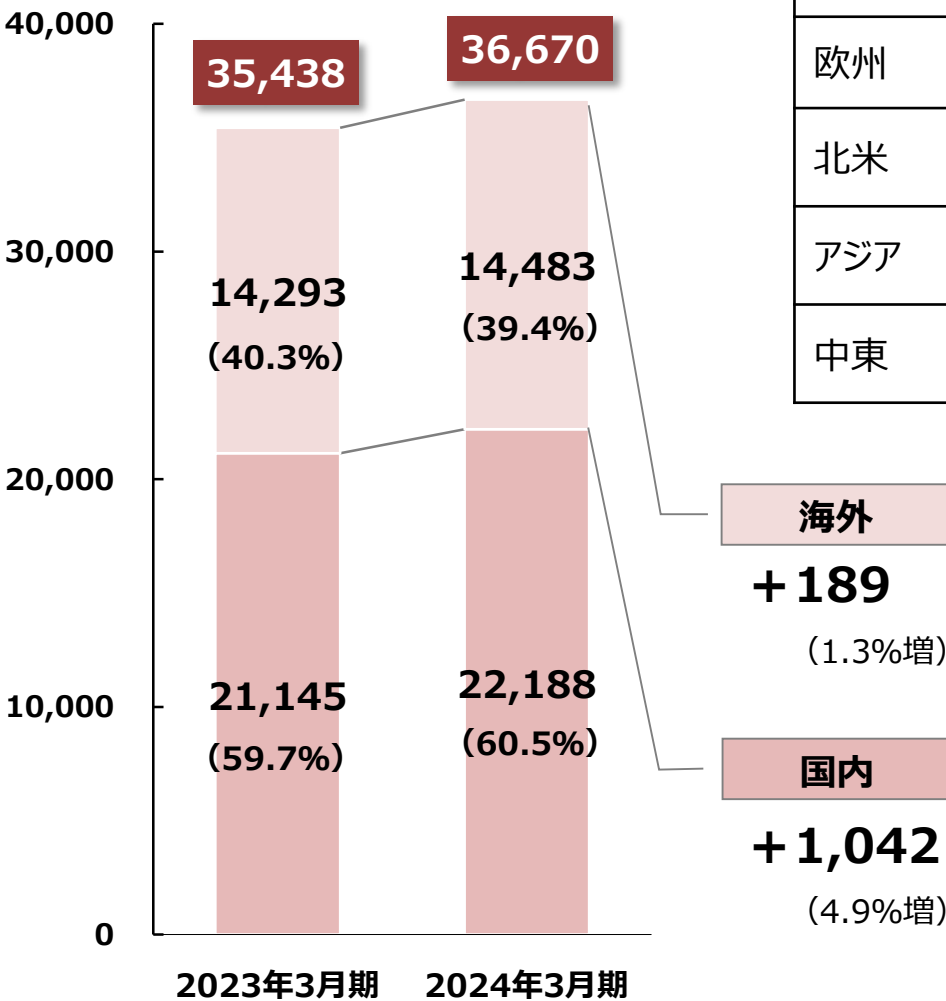
資材ファブリック計 +404 (5.1%増)



市場別売上高（国内・海外）

（単位：百万円）

（百万円）



	2023年 3月期	2024年 3月期	増減額	増減率 (%)
欧州	4,546	3,840	△705	△15.5
北米	3,597	3,386	△210	△5.8
アジア	1,943	2,158	215	11.1
中東	4,208	5,097	890	21.2

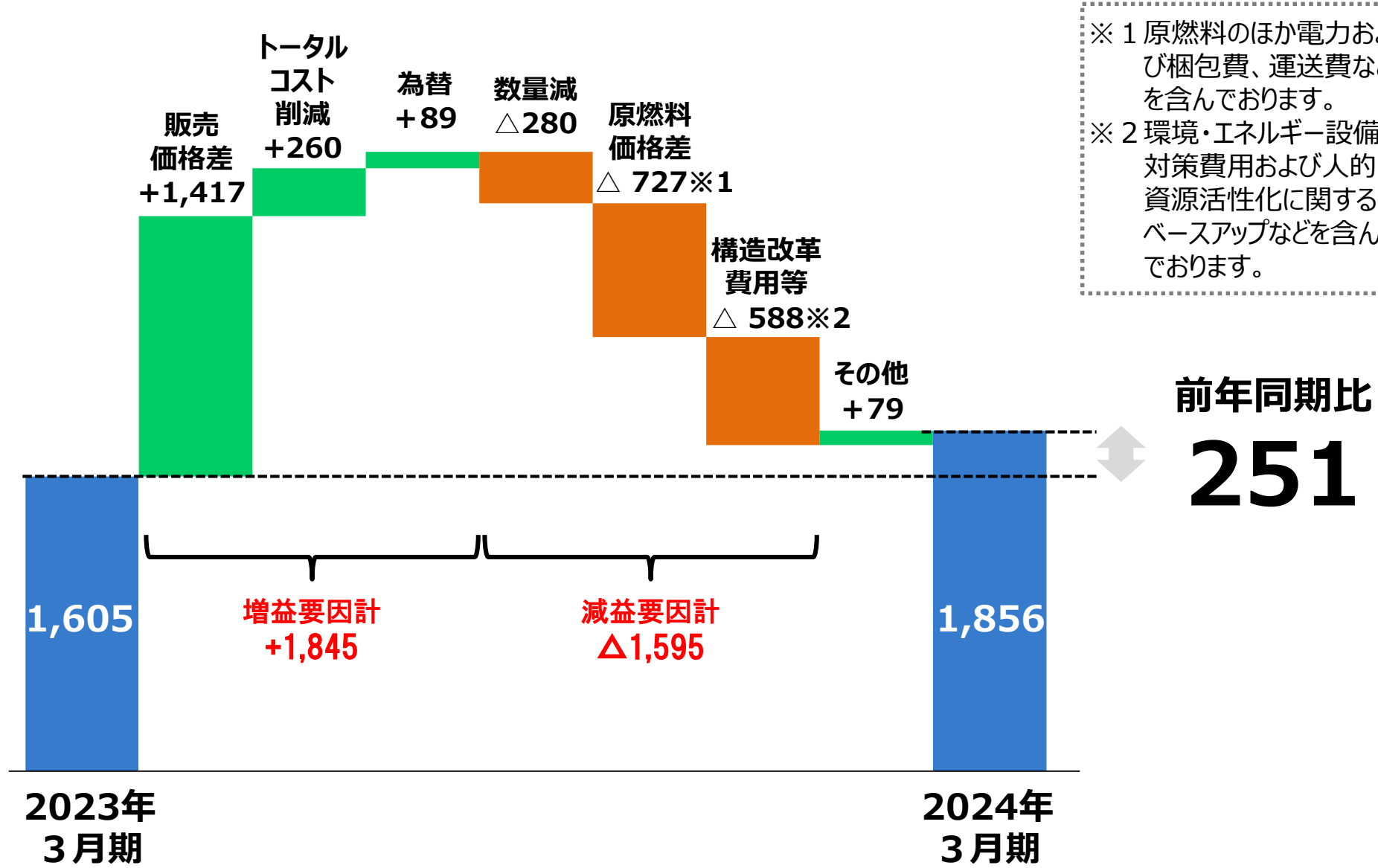
<コメント>

- 海外市場
 - <欧州> スポーツ分野が減少。
 - <北米> スポーツウェアが好調も、カナダ向けのファッション分野が減少。
 - <アジア> 中国・韓国向けファッション分野が増加。
 - <中東> KOMATSUブランドの浸透が進むとともに、機能商品の継続導入と受注増により大幅増加。
- 国内市場
 - ファッション、医療・福祉分野、建材を中心に堅調に推移し増加。

営業利益増減分析

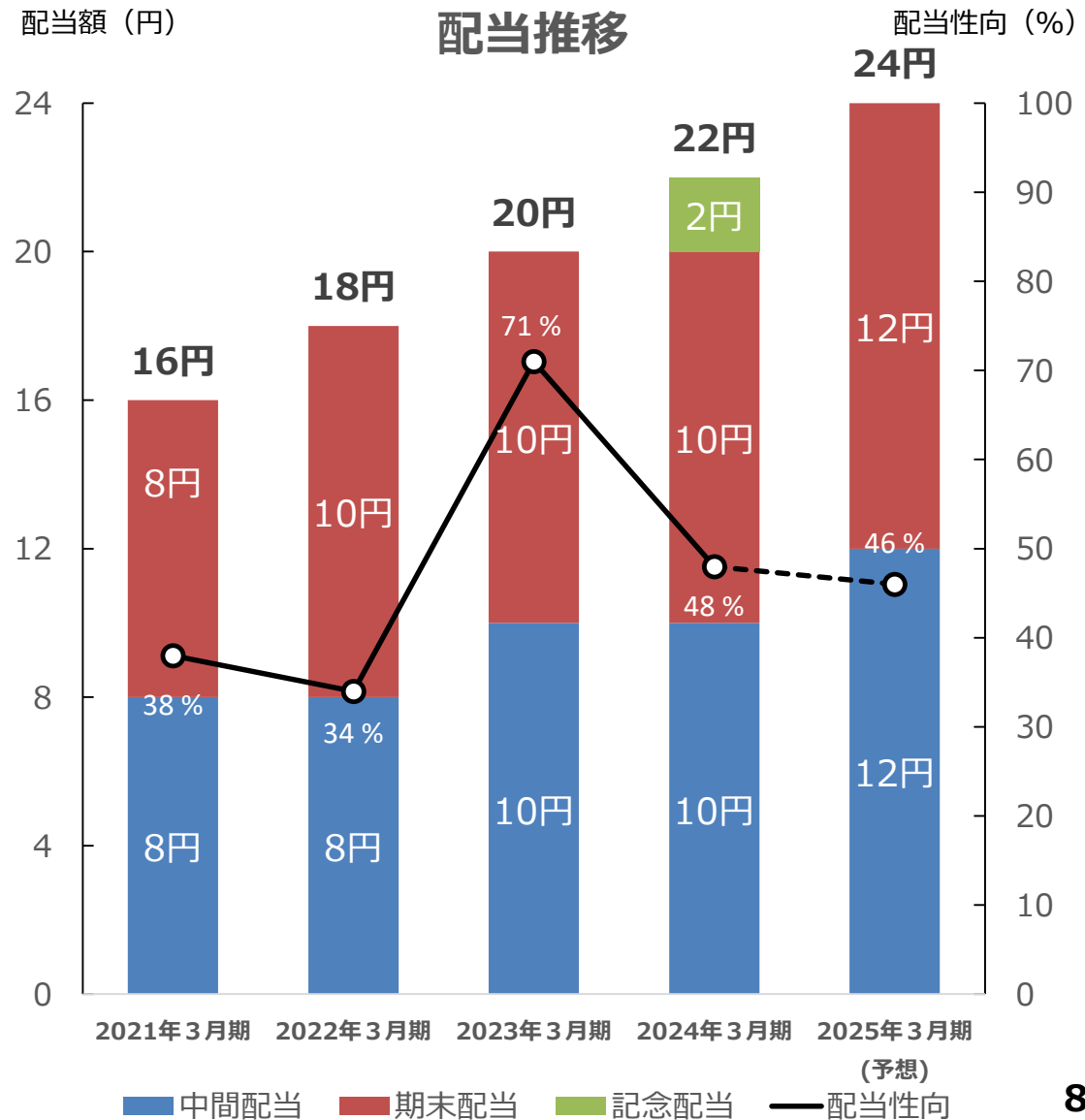
(単位：百万円)

- ※ 1 原燃料のほか電力および梱包費、運送費などを含んでおります。
- ※ 2 環境・エネルギー設備対策費用および人的資源活性化に関するベースアップなどを含んでおります。



剰余金の配当について

- ◆ 当社は、株主に対する利益還元を重要課題のひとつとし、安定的な配当を継続的に行うことを基本方針としております。
- ◆ 配当性向については当期純利益の30～50%を目安といたします。
(来期以降、配当性向目安40%以上を目標とする)
- 今期の期末配当金額は、1株につき10円といたしました。今期中間配当金額と合わせた年間配当金は、前期比2円の増配となる1株当たり22円(普通配当20円、記念配当2円)となります。
- 期末配当金の総額 402,137,610円
- 剰余金の配当が効力を生ずる日
2024年6月24日(月)
- 当期末の配当性向は48%となっております。



- 1) 2024年3月期 決算の概要
- 2) 2025年3月期 業績見通し**
- 3) 中計KFW2026概要

(単位：百万円)

項 目	2024年3月期 実績	2025年3月期			増減（通期比較）	
		上期予想	下期予想	通期予想	金額	増減率 （%）
売上高	36,670	18,000	20,000	38,000	1,330	3.6
営業利益	1,856	700	800	1,500	△356	△19.2
経常利益	2,643	1,050	1,150	2,200	△443	△16.8
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,843	1,300	800	2,100	257	13.9

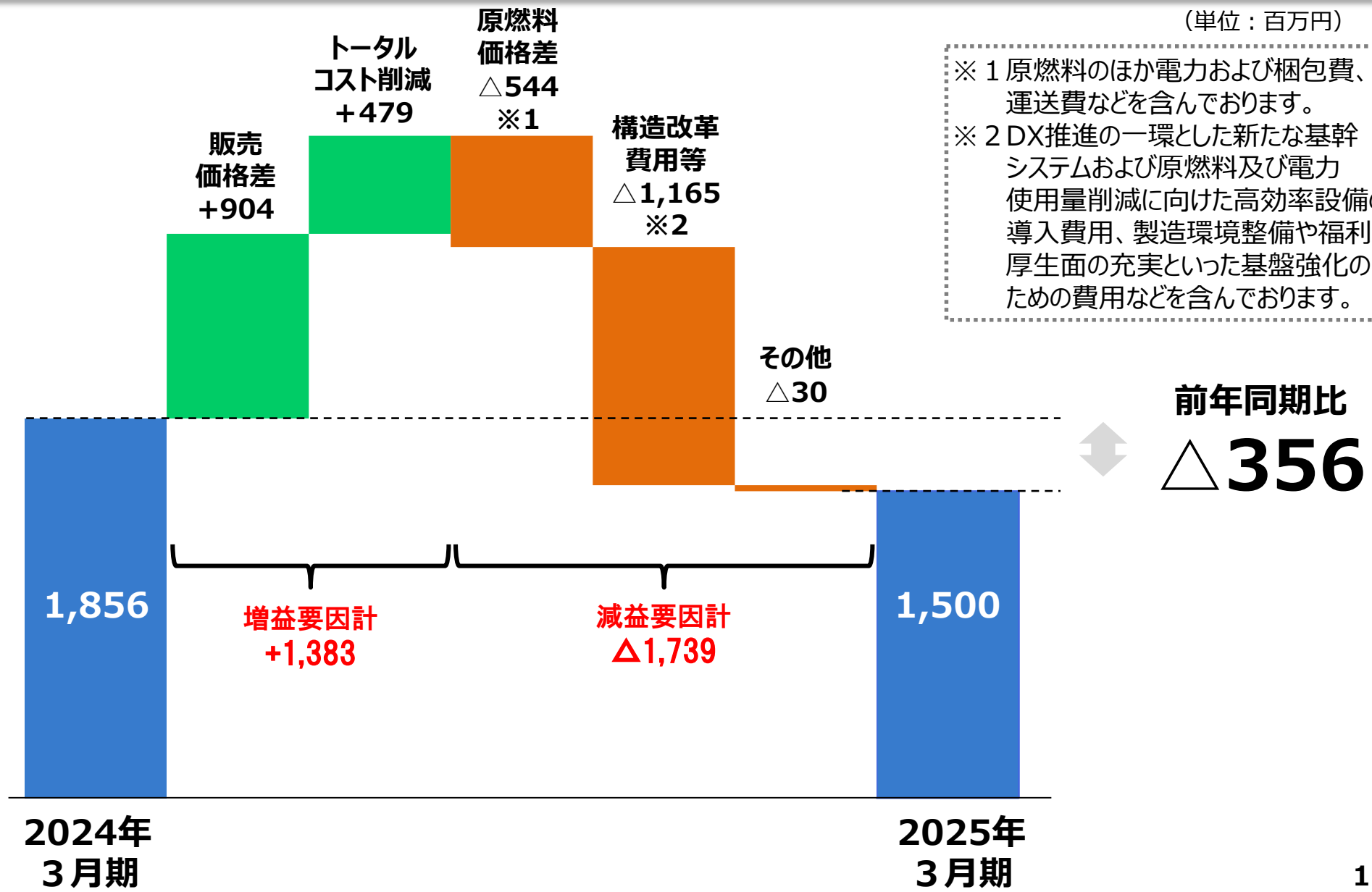
一株当たり当期純利益	46.03円	52.43円
------------	--------	--------

期中平均 為替レート	USD	144.59円	140.00円
	EUR	156.75円	152.60円

営業利益増減分析

(単位：百万円)

- ※ 1 原燃料のほか電力および梱包費、運送費などを含んでおります。
- ※ 2 DX推進の一環とした新たな基幹システムおよび原燃料及び電力使用量削減に向けた高効率設備の導入費用、製造環境整備や福利厚生面の充実といった基盤強化のための費用などを含んでおります。



対処すべき課題

①グローバルな事業拡大と開発体制の強化

- 海外売上高の拡大のため、今まで培ったブランド力と実績を活かして新規市場開拓を続け、また、販売体制・拠点を整備し、衣料分野及び資材分野においてグローバルな事業展開を推進する。
- 営業主導の戦略的マーケティング及び目的対象を明確にした攻略型マーケティングを実施していくため、生産・販売・技術開発が一体となった、強力かつ全社横断型の開発体制を強化する。

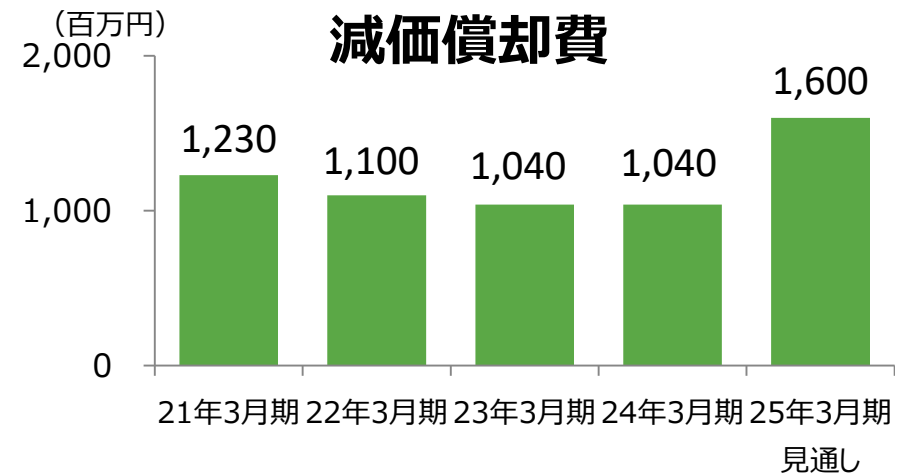
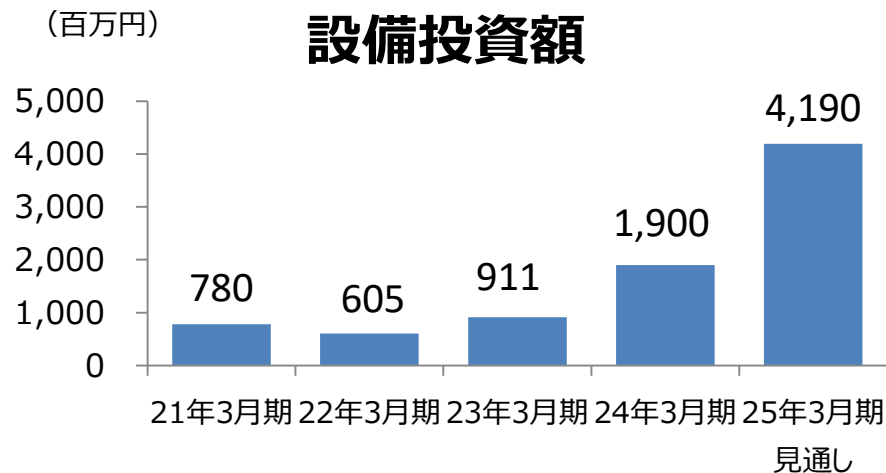
②サステナブルな社会の実現に向けた取り組み

- 「小松マテレ・サステナビリティ・ビジョン」に掲げた5つの課題への取り組みを加速させ、中でも地球環境にかかわる課題については、社会・顧客のニーズに応えるべく優先的に取り組む。
- 環境配慮型素材群「マテレコ」の売上比率について2030年度に50%にまで拡大を目指す。
- 社員目線を重視した職場改革を目指し、研修プログラムによる人材開発、柔軟な働き方の推進、多様性の尊重、福利厚生の実施を中心、社員が自ら学び成長できる環境づくりに取り組む。

③中長期的な収益力強化のための施策

- DX推進の一環として新たな基幹システムの導入や、原燃料及び電力使用量削減に向けた高効率設備の導入といった設備投資を進める。
- 従来からの加工ロス削減への取り組みや付加価値の高い商品の投入を継続・強化するとともに、「カボコーマ」や「ベリフォーマー」をはじめとする先端材料・技術等の成長分野や、「スパイバー株式会社」との共同開発による新規事業への積極的な投資により収益力の強化を図る。

設備投資額・減価償却費推移



設備投資額 内訳

(単位：百万円)

項 目	2024年3月期 実績	2025年3月期 見通し
製造関連投資	820	790
開発関連投資	40	100
環境関連投資	380	660
システム関連投資	200	2,300
その他	460	340
合計	1,900	4,190

- 1) 2024年3月期 決算の概要
- 2) 2025年3月期 業績見通し
- 3) 中計KFW2026概要**

会社は全世界の人々の健康・快適・安全・環境を考え、社会貢献を通して存続するもので、小松マテールグループはこの**ESG経営**を実践すべく**全社が連動**して力強い**提案型企業**へ進化の歩みを継続します。

私たちは80年にわたって磨き上げたファブリック加工技術および周辺技術を社会のために活かし、衣料分野から生活・産業資材分野、さらに環境問題解決やインフラ強靱化等、**時代が求める分野に貢献範囲を拡大**しつつ、**高収益企業**を目指します。

ビジョン実現に向け

私たちが伸ばすべき力(キーワード)

技術力(創造力・展開力・応用力)

提案力(顧客目線・実行力・スピード)

信頼度(ブランド・品質・納期)



ステークホルダーへの貢献

顧客 ⇒ 美・感動・快適の提供

社員 ⇒ やりがい・成長・しあわせ

社会 ⇒ 安全・安心・地球環境保全

株主 ⇒ 企業価値向上

KFW-2026

スローガン

Art in Technology

技術と感性で人々と社会をより豊かに

これまで「芸術の工業化を目指して」をコンセプトに全世界の人々の美・感動・快適を考え推し進めて参りました。

情報技術は加速度的に進化し、AI活用導入が進む昨今ですが、感性や匠の技術の価値は失われることはないと確信します。

当社の得意な「ファッション」はまさにこの領域であり、私たちは先進技術を積極的に導入しながら、技術に裏付けされた感性の追求を極める強い意思を改めて確認し、実践します。

本計画は、100周年に向けた飛躍につなげる新たな3ヶ年の中期経営計画の基本構想を示すものです。

KFW-2026

スローガン

Art in Technology

技術と感性で人々と社会をより豊かに

事業領域

1

海外事業の拡大
ファッション衣料と非衣料分野

2

小松マテーレ式
サステナブル
商材・事業の推進

3

製品事業の推進

基盤強化

4

人材育成の強化と
エンゲージメントの向上

5

製造環境の整備、
福利厚生面の充実

新中期経営計画の数値目標

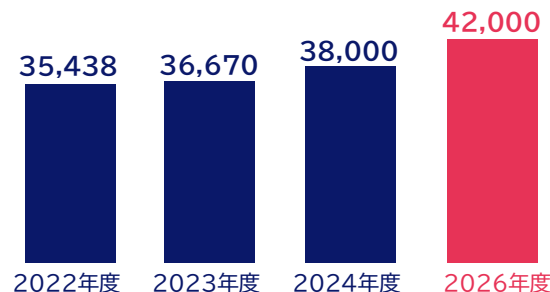
連結財務ハイライト

売上高

(単位:百万円)

42,000 百万円

2024年度比
10.5%増

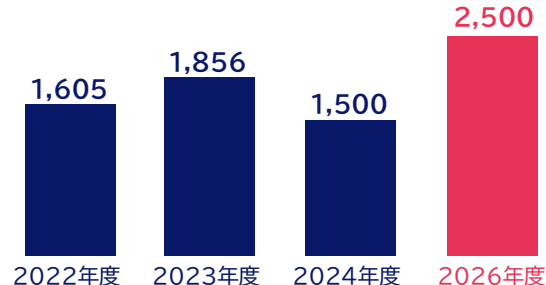


営業利益

(単位:百万円)

2,500 百万円

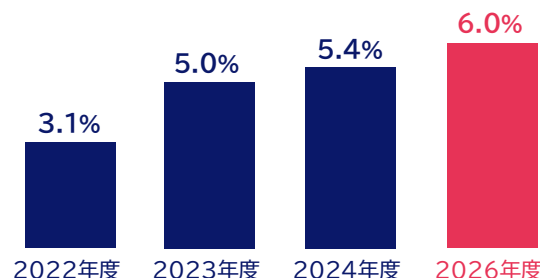
2024年度比
66.7%増



ROE

6.0%

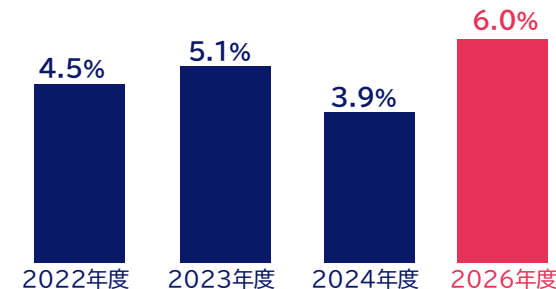
2024年度比
0.6P増



営業利益率

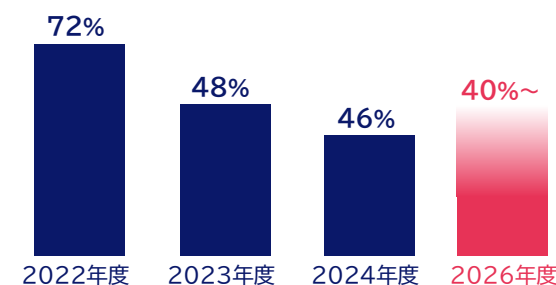
6.0%

2024年度比
2.1P増



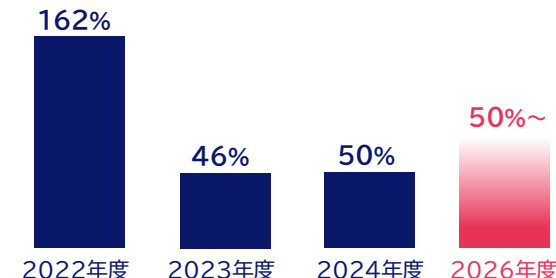
配当性向

40%以上



総還元性向

50%以上



KFW-2026

スローガン

Art in Technology

技術と感性で人々と社会をより豊かに

事業領域

1

海外事業の拡大
ファッション衣料と非衣料分野

2

小松マテーレ式
サステナブル
商材・事業の推進

3

製品事業の推進

基盤強化

4

人材育成の強化と
エンゲージメントの向上

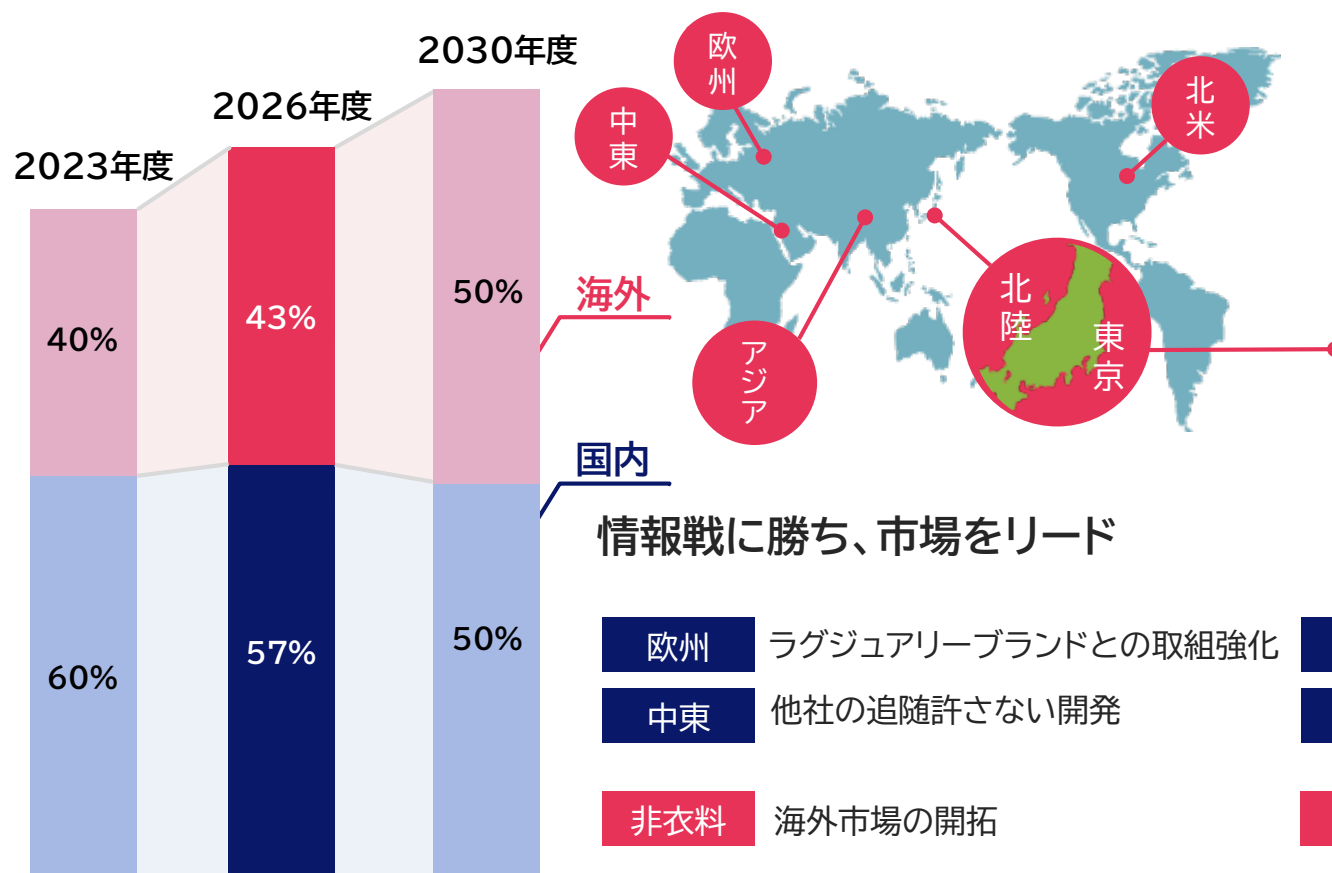
5

製造環境の整備、
福利厚生面の充実

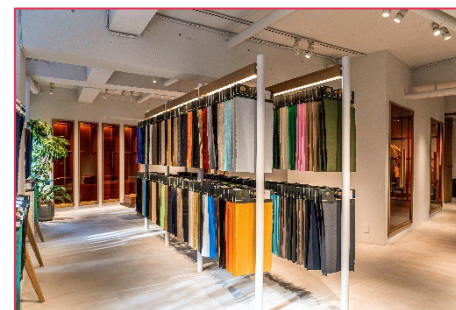
重点事業領域の課題 ①海外事業の拡大

欧・米・中東・アジアの取り組みを更に強化

グローバルマーケティング＆セールスチーム(GMST)を設け、
青山ショールームを拠点とし、さらに海外の営業拠点の設置も視野に。



パリでの個展

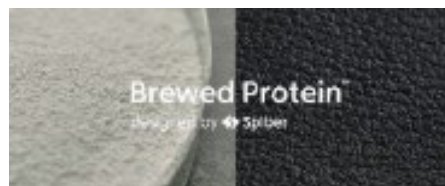


青山ショールーム

重点事業領域の課題 ②マテーレ式のサステナブル素材

テキスタイルでのサステナブル

mateReco®



建材でのサステナブル



汚泥減容化バイオ製剤

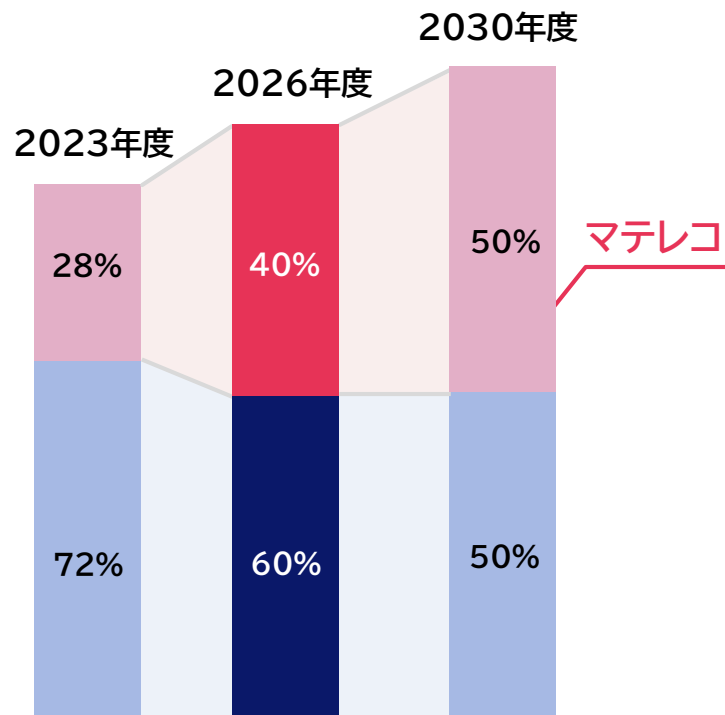


小松マテーレならではのサステナブルを推進

サステナブルだけでなく
高感性も兼ね備え
驚きと感動を与える事業・商品を創造

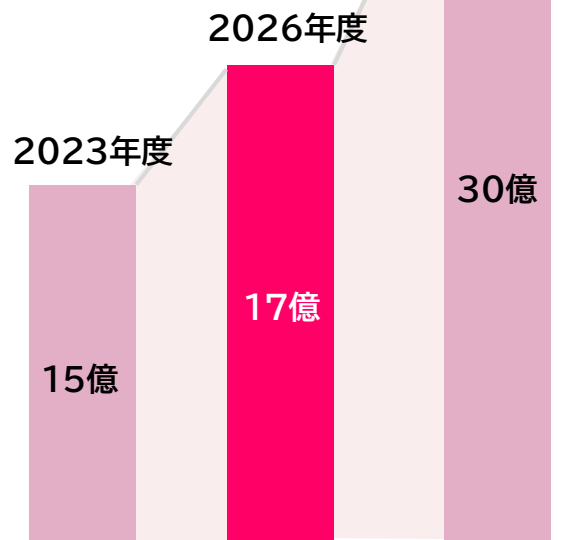
- ・ 人々の夢をかなえるファッション衣料を「マテレコ」「ブリュードプロテイン(スパイバー社)」にて
- ・ 耐震補強材に美を加えた「カボコーマ」にて
- ・ 地球環境にやさしく廃棄物削減を「ベリフォーマー」にて

人工構造タンパク質材料





2030年度
には
30億円へ



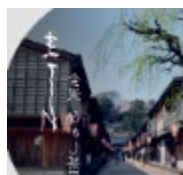
「toC」素材の感動をダイレクトに発信

80年の歴史で培った超部品の技術をグッズとして形に変えて発信。

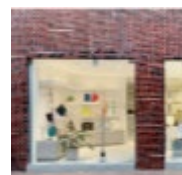
⇒「超部品メーカーからアパレルへの転身」ではなく、
素材の感動を直接届けたいという想いから。



ファクトリーショップ
mono-bo



まてーれ
金沢ひがし茶屋街



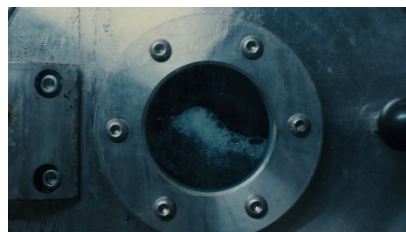
mate-mono
青山ショールーム



mono-bo
通販サイト

「toB」製品・半製品ビジネスの推進

- ・生地売りから製品売りへ
- ・5Rに貢献するビジネスへ



KFW-2026

スローガン

Art in Technology

技術と感性で人々と社会をより豊かに

事業領域

1

海外事業の拡大
ファッション衣料と非衣料分野

2

小松マテーレ式
サステナブル
商材・事業の推進

3

製品事業の推進

基盤強化

4

人材育成の強化と
エンゲージメントの向上

5

製造環境の整備、
福利厚生面の充実

人的資本の拡充に向けた3つの優先課題

主な指標

1 人材開発

- ・企業力強化を目的とした、社員教育の実現
- ・研修の継続実施
- ・キャリアプランの実現を目指し、OJT・Off-JTを活用した人材育成
- ・職場における部下育成(1on1ミーティングの実施)

2 柔軟な働き方の推進

- ・ワークライフバランス改善に向けた取り組み
- ・定年引上げに伴う人事制度（給与体系、技術の伝承）
- ・個々の人材育成プランの設計
- ・年次有給休暇の取得率向上

3 多様性・共生・尊重

- ・障がい者の活躍の場を提供
- ・男性の育児休業取得率の向上
- ・女性の活躍推進
- ・社内環境・設備の整備

指 標	2023年度実績	2026年度目標
社員一人当たりの研修費用	1万円	4万円以上
新卒者における離職率 (入社3年以内)	11.1%	10%以下
年次有給休暇の取得率 取得日数／付与日数(※) (※)繰越日数を除く最大20日	40.4%	70%以上
障がい者雇用率	2.3%	3%以上
男性の育児休業取得率	23.1%	50%以上
管理・監督職に占める 女性の割合	12.6%	20%以上

効率的で働きやすい作業環境

事務所及び工場の作業環境改善の推進。



DX化による業務プロセス革新・効率化

30年振りの基幹システムの更新など顧客サービス向上、生産性の向上を実施するための戦略的投資を行う重要な期と位置付け。

- 1 時間を企業ブランド価値に変える生産体制の追求
- 2 川上、川下との情報連携強化
- 3 デジタルを活用した生産合理化による高収益化



持続的な成長への戦略投資と株主還元とのバランス

持続的な成長への戦略投資と安定的および継続的な株主還元を基本に
バランスの取れた投資を実施。

資金調達

自己資本

持続的な成長投資に
自己資本を活用

営業
キャッシュフロー
70～90億円

- ・ 純利益30～40億円
- ・ 償却費40～50億円

投資

- ・ 設備・研究開発投資
- ・ 環境負荷低減投資
- ・ 社内環境・設備の整備

成長投資
30～50億円

戦略投資
30～40億円

- ・ M&A・アライアンス
- ・ DX投資

株主還元

投資進捗を踏まえて
機動的な自己株式取得を
実行

自己株式取得

株主還元
25～30億円

配当性向を40%以上を目安にしつつ
総還元性向50%以上を目指す

持続的な社会の実現に向けて(SDGsへの取り組み)

小松マテールグループでは、2021年より、これからの持続可能な社会の実現(SDGsの実践)のため『小松マテール・サステナビリティ・ビジョン』として、2030年に向けて次の5つの項目の取組を推進している。

1

気候変動対策

2

循環型社会づくりへの貢献

3

人々の感動の創造

4

防災・減災への取組

5

地域貢献と社員の成長

小松マテール・サステナビリティ・ビジョン SDGsへの取り組み

持続可能な社会の実現に向けた
取り組みをさらに加速させるため、
環境目標を数値の見直した。



気候変動対策



循環型社会づくりへの貢献

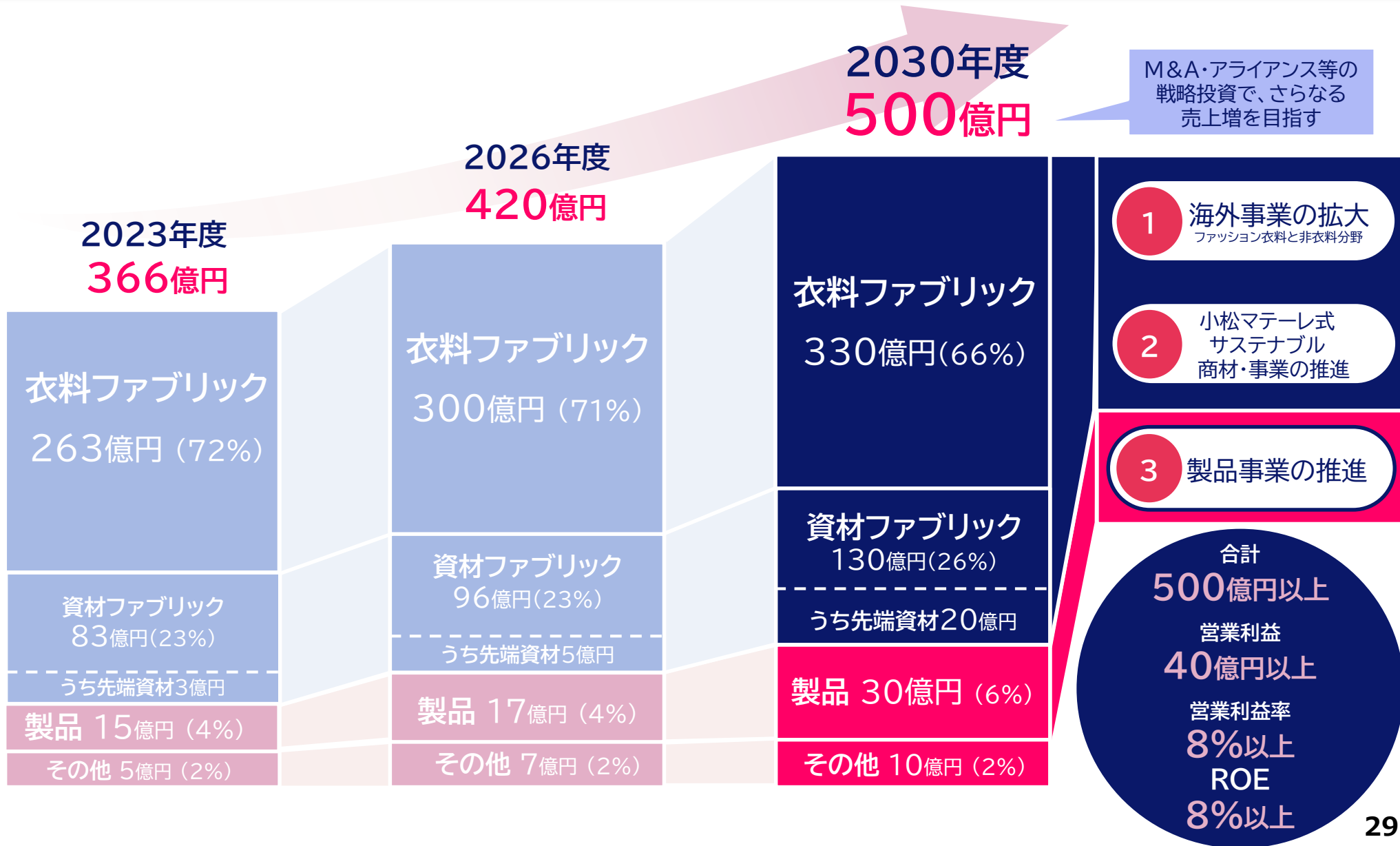


人々の感動の創造

適用範囲	小松マテール(株)グループ (小松マテール、コマクソン)			
策定期間	2021年度～2030年度			
目的	項目	基準年 2013年度	実績 2023年度	達成目標 2030年度
1.気候変動対策	温室効果ガスの削減：CO ₂ 重量原単位	4.74t-CO ₂ /t	▲22% (3.69t-CO ₂ /t)	▲46%
2.循環型社会づくり への貢献	①水の削減：水重量原単位	275m ³ /t	▲28% (197m ³ /t)	▲25%※ ⇒ ▲40%
	②廃棄物の削減：廃棄物重量原単位	0.190t/t	▲66% (0.0642t/t)	▲70%※ ⇒ ▲80%
	廃棄物のリサイクル率(埋立処理削減)	99.6%	99%	98%以上
	③有害化学物質の削減： 揮発有機溶剤(VOC)使用量重量原単位	0.96t/t	▲37% (0.60t/t)	▲30%※ ⇒ ▲50%
	撥水加工の非フッ素化推進： 非フッ素比率	6.6%	42%	50%※ ⇒ 100%
3.人々の感動の 創造	環境配慮商品(mateReco)の拡大： 売上比率	10% (2019年度)	29%	50%

※ 2021年度計画策定当初目標値

長期構想 将来事業イメージ(2030年度)



本資料中の業績予想、見通しについての記載は、現時点における将来の事業環境・経済状況等の仮定・推測に基づいています。実際の業績は様々な要因の変化により、これと異なる結果となる可能性があることをご理解願います。